Modern Linguistics 现代语言学, 2024, 12(12), 546-555
Published Online December 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ml
https://doi.org/10.12677/ml.2024.12121184

Hans汉斯

基于NOW语料库的中国陶瓷国际形象传播研究

程方敏*，徐付奕佳*，蔡　慧，陈嘉欣，戴浩然，杭倩霞#，胡宜雯#

南京师范大学中北学院外国语学院，江苏　镇江

收稿日期：2024年10月18日；录用日期：2024年12月11日；发布日期：2024年12月24日

摘　要

本文基于NOW语料库，将国际主流媒体中关于中国陶瓷的新闻报道作为语料进行研究，通过索引行、词频分析和高频词搭配等方法分析国外媒体报道对中国陶瓷的情感态度倾向，并结合中国陶瓷的形象自塑，更全面客观地了解中国瓷器形象。研究发现国外媒体大多持正向积极态度，关注中国陶瓷的艺术及贸易价值，但较少有报道反映中国陶瓷的历史文化，因此仍需深入挖掘中国陶瓷的独特魅力，进一步完善中国陶瓷的国际形象，利用多渠道融合媒体建构全方位、多渠道的对外传播新格局，推动中国陶瓷故事和中华文化走向世界，提升国家软实力和文化自信。

关键词

NOW语料库，中国陶瓷文化，国际形象，对外传播

Research on the International Image Communication of Chinese Ceramics Based on NOW Corpus

Fangmin Cheng*, Fuyijia Xu*, Hui Cai, Jiaxin Chen, Haoran Dai, Qianxia Hang#, Yiwen Hu#

School of Foreign Languages and Cultures, Nanjing Normal University Zhongbei College, Zhenjiang Jiangsu

Received: Oct. 18th, 2024; accepted: Dec. 11th, 2024; published: Dec. 24th, 2024

Abstract

This paper is based on NOW Corpus and examines the news coverage of Chinese ceramics in

*并列一作。
#通讯作者。

文章引用: 程方敏, 徐付奕佳, 蔡慧, 陈嘉欣, 戴浩然, 杭倩霞, 胡宜雯. 基于 NOW 语料库的中国陶瓷国际形象传播研究[J]. 现代语言学, 2024, 12(12): 546-555. DOI: 10.12677/ml.2024.12121184

international mainstream medias. Through the analysis of the index line, word frequency and high frequency word collocation, it reflects the emotional attitude tendency and semantic prosody of foreign medias. Combined with the self-building characteristics of Chinese ceramics, it exhibits Chinese ceramic image more comprehensively and objectively. It's also discovered that most of the foreign medias hold positive attitude and focus on the art and trade value of Chinese ceramics, but less reports reflect the history and culture of Chinese ceramics. Therefore, it is still necessary to deeply explore the unique charm of Chinese ceramics, further improve its international image by constructing an all-round and multi-channel pattern for overseas publicity via various channels and integrated media platforms, so as to promote Chinese ceramics story and culture to the world and enhance the national soft power and cultural confidence.

Keywords

News on the Web Corpus, Chinese Ceramic Culture, International Image, Overseas Publicity

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 引言

中国陶瓷文化在我国具有悠久的发展历史，是中国古代劳动人民在征服大自然过程中的伟大发明，存在着非常高的人文价值和美学价值，凸显着中华民族个性化的审美理念，无疑是浓厚东方艺术文化色彩的集成载体。中国陶瓷文化是中华传统文化的杰出代表，对东西方文明有深刻的影响，海上丝绸之路对世界经济和社会发展有重要的推动作用(王伦，孙静艺，2022) [1]。中国陶瓷文化走出国门已经成为“中国文化走出去”国家战略的重要组成部分，中国的陶瓷民间故事、陶瓷思想故事、陶瓷绘画故事、制瓷史故事等是代表中国传统文化的优秀中国故事。

然而，中国陶瓷故事和中国陶瓷文化如何走出去还要注重方式和方法，要找到能够唤起外国人共鸣的、为外国人接受的、世界通用的阐述方式。本研究基于 NOW 语料库中国际新闻报道关于中国陶瓷的共性并结合自塑分析，希望通过对当代中国陶瓷文化传播的综合研究，能够利用多渠道融合媒体进行对外传播，建构全方位、多渠道的中国陶瓷文化传播新格局，从而提出当代中国陶瓷文化对外传播的策略和对未来的展望。

NOW 语料库(News on the Web Corpus)是动态结构化的在线新闻语料库，涵盖媒体广泛，更新速度较快。本项目以“中国陶瓷”相关报道的语料为研究对象，通过索引行分析、高频词分析等方法，探究中国陶瓷的形象构建与传播，尤其对国际主流媒体中关于中国陶瓷的新闻报道进行研究，旨在推动中国陶瓷文化的对外传播与文化贸易形成良性互动，进一步提升中国陶瓷在国际市场的知名度，推动陶瓷的全球化贸易，同时为中华文化“走出去”提供有力支撑，使陶瓷成为中西方文化交流的纽带。

2. 国内外文献回顾

国内对于陶瓷形象的研究多从陶瓷故事、视觉形象、陶瓷工业、美术的角度进行。如李倩(2022)从陶瓷艺术装饰色彩特征方面，理论分析了不同色彩所承载的文化理念，从艺术表达方面促进中国陶瓷艺术的发展[2]；韦璐(2018)以“一带一路”为背景，深入研究有关中国陶瓷记录片的历史，推动中国陶瓷贸易发展[3]；郑李娜(2022)通过古今中国陶瓷文化传播的综合研究，提出了当代中国陶瓷文化对外传播的策

略和对未来的展望[4]。在陶瓷工业方面，陈帆(1999)通过审视 20 年来中国陶瓷工业的发展实践，探索发展实现中国陶瓷工业现代化道路，为决策咨询、拓宽决策视野、行业产品功能定位角度提供参考[5]。同时较国外而言，国内对中国陶瓷的研究体现得较为多元化，但从历史角度定向分析中国陶瓷历史形象的文献较少。

国内对于陶瓷国际形象传播的研究多集中于时事，语言，科技及社交媒体等方面。如李炜炜(2020)结合李子柒自媒体视频传播研究社交媒体时代中国形象传播[6]；王苗苗(2018)结合国际汉语教学研究汉语对于中国国际形象进行研究[7]；张思维(2012)从比较不同类型电影中国家形象的传播内容、传播方式和传播效果入手，分析其产生原因以及对于国家形象构建产生的影响，并对中国电影产业如何构建和传播中国形象提出建议和对策[8]。由此可见较少从中国历史文化角度分析，中国陶瓷的研究和传播存在一定的局限性，未能充分挖掘中国陶瓷作为历史名片对于构建国家形象的重要意义。

国外媒体对我国陶瓷文化的兴趣趋增，且对陶瓷的形象多持正面积极态度。比如关于日常应用类，外国媒体 2oceansvibe News 中有“Then, Amy’s husband George’s (Joseph Lee) amorphous blob-shaped ceramic vases that he sculpts in their home studio, AKA their basement, represented how George floats through life and doesn’t really restrict himself.”[9]。Asia One 中也有“Moving on to the kitchen, we find that the homeowner has completely gutted the previous layout, and in place of it has fitted the area with terracotta cabinets and a ceramic back splash that helps make it one of the more simple, yet aesthetically pleasing kitchens we’ve seen thus far.”[10]。Yahoo 中有关陶瓷的此类表述“The Chi Spin N Curl Ceramic Rotating Curler instantly delivers professional results right at home.”[11]。由此可知，中国陶瓷自从传到外国以来，在家庭装饰，日常使用等方面发挥了重要作用，具有极高的应用和欣赏价值。

其次在现代工业方面，外网具有大量的表述和报道，比如 USA Today 中有“Carbon capture requires energy to run, and backers say using solar or wind to power the collectors would make them carbon-negative.”[12]。且 NBC News 中的相关报道也提及“The filter media is extruded ceramic. It is coated with a material that absorbs CO_2 from the ambient air. Ceramic flat irons, which have ceramic-coated plates, are the most affordable option out of the three types of hair straighteners, according to Bertin.”[13]。印度媒体 TIMESNOWNEWS 中也有“The Xiaomi 13 Pro is a visual delight, available in two breathtaking colors—Ceramic White and Ceramic Black. Crafted with premium build quality that embeds 3D Bio Ceramic material and features a Corning Gorilla Glass Victus, this device is not just beautiful but tough too.”[14]。据此，我们可以大抵得出中国陶瓷在现代化工业中被广泛应用于各个行业领域，符合时代潮流，为现代工业发展做出了杰出贡献，推动了大量新兴产业和世界经济全球化的发展。

3. 研究设计

3.1. NOW 语料库介绍

国际新闻 NOW (News on the Web)语料库是动态结构化的在线新闻语料库，由美国学者 Mark Davis 创建，共收录自 2010 年以来，基于 20 多个英语国家的英语网络报纸及杂志中的约 178 亿个单词数据，并以每月约 2~2.2 亿单词(每年约 24 亿单词)的速度增长。NOW 语料库数据资源丰富，搜索功能强大，支持词频统计(list)、词频列表(chart)、节点词搭配(collocates)、比较(compare)以及上下文语境关键词(KWIC)等多种语料检索方式。NOW 语料库涵盖媒体广泛且更新速度较快，可检索节点词的词频变化趋势以及具体搭配和用法等，在国家或区域形象研究中使用广泛。本项目旨在通过 NOW 语料库分析国外媒体和文献资料对中国陶瓷的报道和态度，了解国外视角下中国瓷器的历史形象，并提出构建中国陶瓷国际形象的策略和建议。

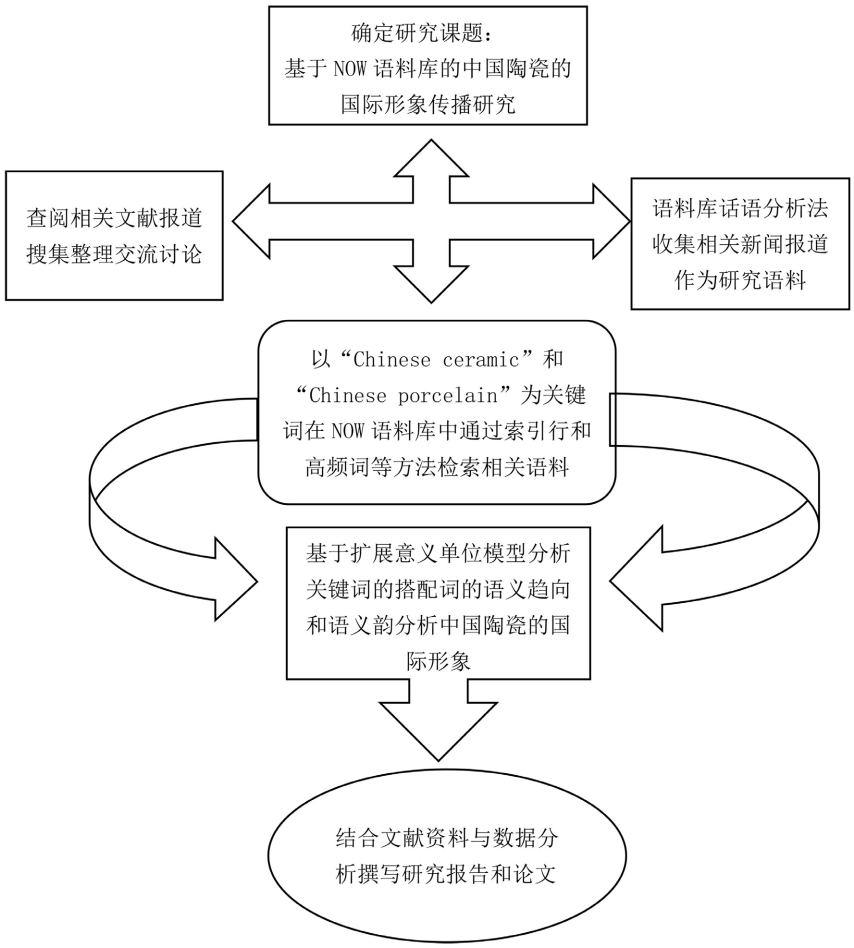
3.2. 理论框架

NOW 语料库中多集中于时事、语言、科技及社交媒体等方面，基于 NOW 语料库对索引行、高频词与词频搭配和语义韵等进行分析，深入挖掘语料背后的情感趋向并进行数据分析，更具准确性与说服力。在 NOW 语料库中分别以“Chinese ceramic”和“Chinese porcelain”为关键词挖掘中国陶瓷形象，以其中索引行检索数量更多的“Chinese porcelain”作为后续研究语料的关键词。

在 NOW 语料库中以“Chinese porcelain”为检索词，并分析搭配高频词的内涵意义，对了解文本的基本特征有重要作用。根据 NOW 语料库的检索结果中前 20 位高频词中的名词发现，国外媒体对中国陶瓷的关注点集中在 tile，anti-dumping，duties 上，未能体现国外媒体对中国陶瓷的态度，主要体现了中国陶瓷在国际贸易、商业、材料、工艺、日常家居等方面的广泛应用，很少有报道反映中国陶瓷历史文化。鉴于此，有必要对外国主流媒体的新闻报道及文献资料进行定量分析，了解在国外视角下中国陶瓷的历史形象，从而完善国家形象构建。

陶瓷是极具中华优秀传统文化艺术的代表，是中国形象的象征。我国注重挖掘中华优秀传统文化和提升文化软实力，但外媒则对中国陶瓷的文化历史的认识较少，说明我们对外宣扬的力度有待提升。为了更好地传扬中国陶瓷故事和历史文化，我们应当加强宣传以中国陶瓷为代表的中国文化历史，注重中国文献翻译的专业性，让外网更全面了解中华历史文化，提升中华文化的世界影响力，完善我国的国际形象构建。

3.3. 研究路线图



4. 研究方法与数据分析

4.1. NOW 语料库索引行分析

索引行分析可以系统地对比分析词与词组的特征及在语境下词的内涵。国外关于陶瓷的英文报道多集中于艺术及贸易方面，主要在日常应用类、现代工业类和文化历史类方面。在 NOW 语料库中关于“Chinese ceramic”的检索共有检索项 96 项，图 1 为从 NOW 语料库中提取的关于“Chinese ceramic”的索引行列表截图。

在 NOW 语料库中检索“Chinese ceramic”共有 96 项检索项，68 篇相关文章，见图 1；检索“Chinese porcelain”共有检索项 602 项，索引行列表见图 2。

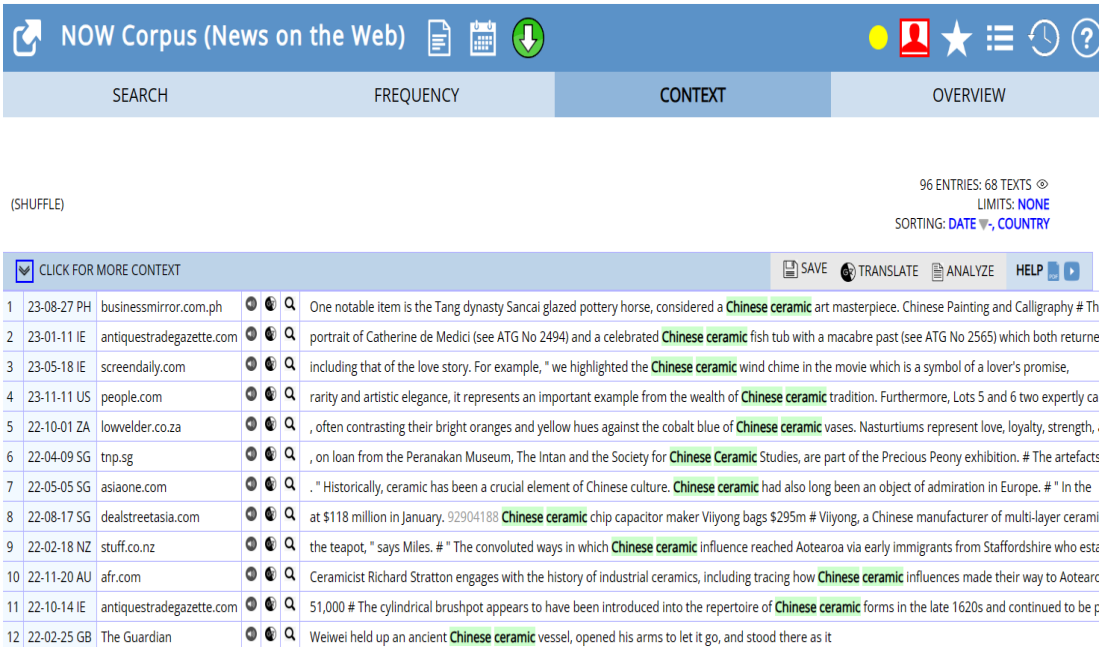


Figure 1. List of retrieval rows of “Chinese Ceramic” in the NOW corpus
图 1. NOW 语料库中“Chinese Ceramic”检索行列表

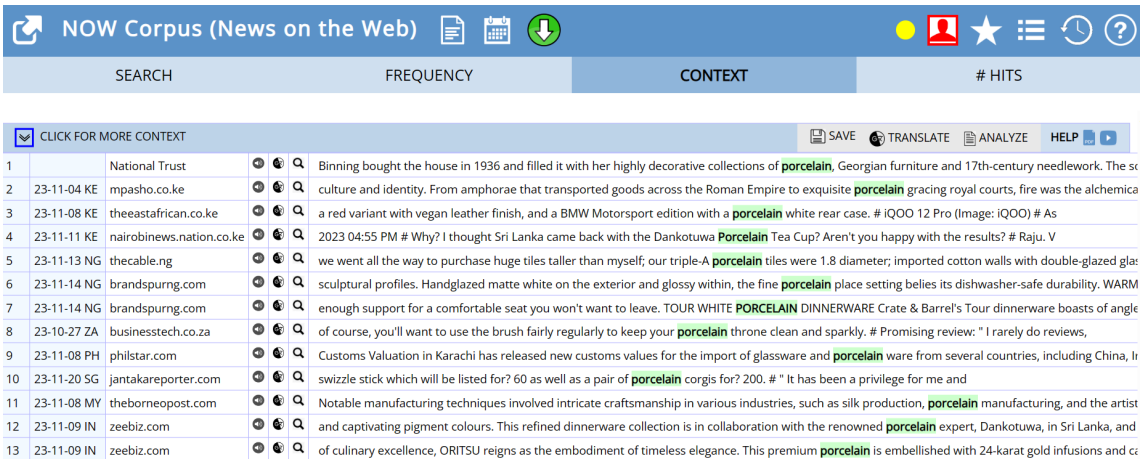


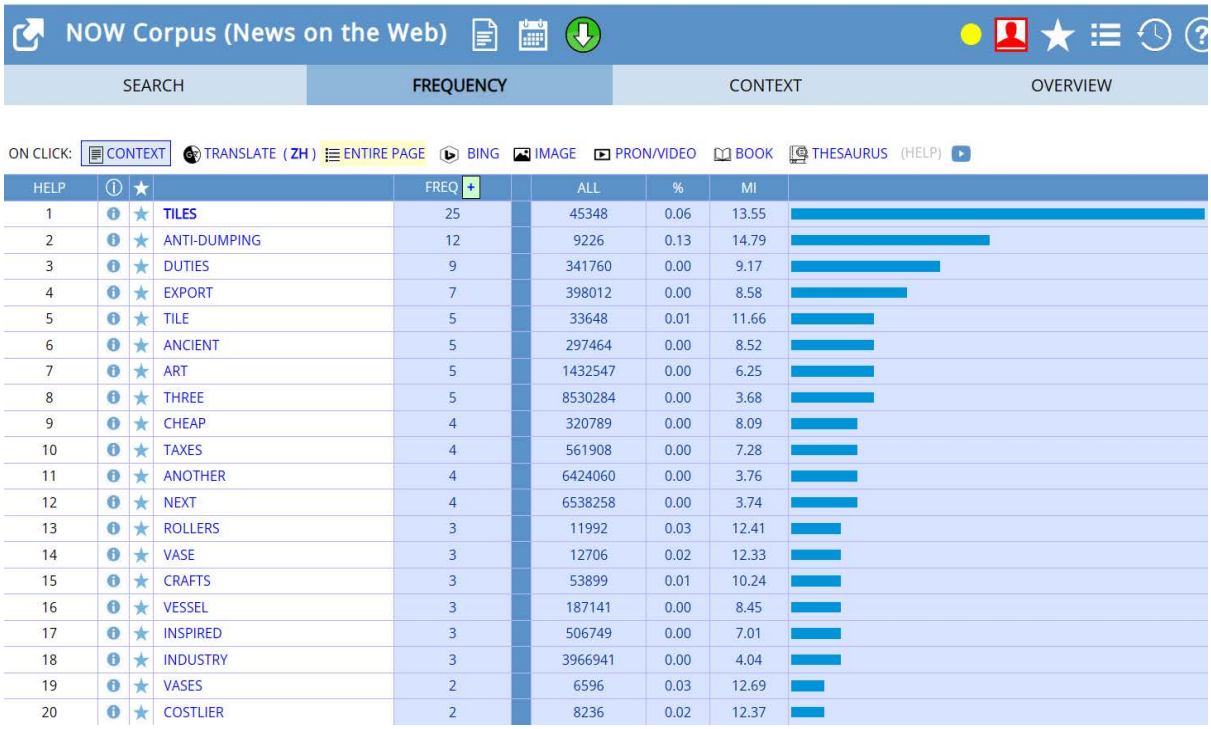
Figure 2. List of retrieval rows of “Chinese Porcelain” in the NOW corpus
图 2. NOW 语料库中“Chinese Porcelain”检索行列表

通过对以上两个检索项的结果对比显示，“Chinese porcelain”的检索项明显多于“Chinese ceramic”，语料中的新闻报道更为丰富，因此以“Chinese porcelain”检索词为例开展分析，发现自中国陶瓷进入国际市场以来，外国人对陶瓷合理利用，顺应时代，挖掘它的工业潜能，赋予它在新时代的价值，但 NOW 语料库中大多报道都是对其工业价值进行描写，缺乏对其历史等方面的介绍与分析，外国媒体对于中国陶瓷形象构建的认知侧重不同也不全面。

4.2. NOW 语料库高频词分析

词频统计是对语料中词汇出现的次数进行统计与分析的手段。高频词是构成语料分析的核心概念之一，高频词表可以清晰地反应文本的语言特征，因此在 NOW 语料库中以“Chinese porcelain”为检索词，并分析搭配高频词的内涵意义，对了解文本的基本特征有重要作用。

根据 NOW 语料库的检索结果，由前 20 位高频词中的名词可知，国外媒体对中国陶瓷的关注点集中在 tile，anti-dumping，duties 上，未能体现国外媒体对中国陶瓷的态度，主要体现了中国陶瓷在国际贸易、商业、材料、工艺、日常家居等方面的广泛应用。这一方面说明了中国陶瓷在国外的传播范围较广，另一方面说明了中国陶瓷具有较高的商业价值及，应用价值，满足了国外读者在日常生活中使用中国陶瓷的需求，反映出我国对于中国陶瓷出口的重视和所持有的积极态度。因此，国外有关中国陶瓷的英文报道中对贸易及工艺的侧重，起到了建构中国陶瓷独特历史文化形象的积极作用。在 NOW 语料库中以“Chinese porcelain”为检索词得到的搭配高频词表见图 3：



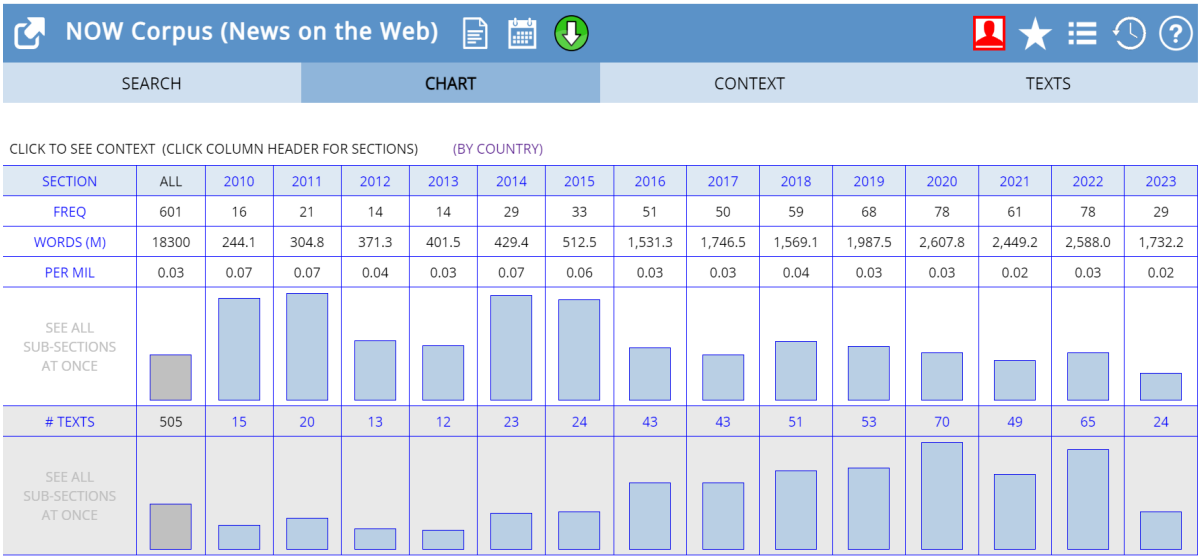
HELP		FREQ	ALL	%	MI
1	TILES	25	45348	0.06	13.55
2	ANTI-DUMPING	12	9226	0.13	14.79
3	DUTIES	9	341760	0.00	9.17
4	EXPORT	7	398012	0.00	8.58
5	TILE	5	33648	0.01	11.66
6	ANCIENT	5	297464	0.00	8.52
7	ART	5	1432547	0.00	6.25
8	THREE	5	8530284	0.00	3.68
9	CHEAP	4	320789	0.00	8.09
10	TAXES	4	561908	0.00	7.28
11	ANOTHER	4	6424060	0.00	3.76
12	NEXT	4	6538258	0.00	3.74
13	ROLLERS	3	11992	0.03	12.41
14	VASE	3	12706	0.02	12.33
15	CRAFTS	3	53899	0.01	10.24
16	VESSEL	3	187141	0.00	8.45
17	INSPIRED	3	506749	0.00	7.01
18	INDUSTRY	3	3966941	0.00	4.04
19	VASES	2	6596	0.03	12.69
20	COSTLIER	2	8236	0.02	12.37

Figure 3. High-frequency Word List of Collocations of “Chinese Porcelain” in the NOW Corpus
图 3. NOW 语料库“Chinese Porcelain”搭配高频词表

4.3. 基于 NOW 语料库的中国陶瓷国际形象传播特点

(1) 国际关注度受国际事件影响大

在 NOW 语料库中以“Chinese porcelain”为检索词，发现在过去十年中，该词逐年出现的频率如下：



SECTION	ALL	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FREQ	601	16	21	14	14	29	33	51	50	59	68	78	61	78	29
WORDS (M)	18300	244.1	304.8	371.3	401.5	429.4	512.5	1,531.3	1,746.5	1,569.1	1,987.5	2,607.8	2,449.2	2,588.0	1,732.2
PER MIL	0.03	0.07	0.07	0.04	0.03	0.07	0.06	0.03	0.03	0.04	0.03	0.03	0.02	0.03	0.02
SEE ALL SUB-SECTIONS AT ONCE															
# TEXTS	505	15	20	13	12	23	24	43	43	51	53	70	49	65	24
SEE ALL SUB-SECTIONS AT ONCE															

Figure 4. Comparison of word frequencies of “Chinese Porcelain” in the NOW corpus in the recent ten years
图 4. NOW 语料库中“Chinese Porcelain”近十年词频对比

通过选取从 2013 年至 2023 年的数据，由图 4 可知，从 2013 年至 2017 年“Chinese porcelain”在 NOW 语料库中出现的频率在逐年增长，并且在 2015 年与 2016 年之间频率大幅增长；而 2016 年至 2018 年期间词频出现波动；2018 年至 2022 年期间词频稳步增长。

通过查阅资料得知，“Chinese porcelain”在 NOW 语料库中的词频变化与国际社会上关于陶瓷的发生事件有着一定的关系，具体情况如下。

2015 年 10 月 27 日，在中国上海举行了“2015 年古陶瓷科学技术国际讨论会”。33 位来自中国大陆、美国、英国、德国、日本、俄罗斯、柬埔寨、意大利、智利、中国香港和中国台湾的代表在大会上作了口头报告。代表们就一系列热点问题进行了积极交流。该会议在陶瓷的应用技术上有着至关重要的作用，在国际社会上对于陶瓷的传播及应用有着良好影响，故 2015 年至 2016 年之间“Chinese porcelain”在 NOW 语料库中的词频大幅增长。

2016 年至 2018 年期间，倒闭、重组、并购是陶瓷行业的关键词之一。环保问题也是老生常谈的问题之一，而日益抬升的环保成本，不对等的投入产出回报比，倒逼不少企业退出。新一轮原材料涨价潮也在此时猛然来袭，此轮涨价潮涨势猛、持续久；且 2017 年 11 月中下旬起，多个省份发起天然气供应二级橙色预警——天然气供应不足及陶企停产事件在业内引起轩然大波。以上种种原因均导致我国陶瓷出口量下降，对国际陶瓷产业也造成了一定冲击，故 2016 年至 2018 年期间“Chinese porcelain”在 NOW 语料库中的词频先增后减。

2018 年 10 月 18 日，2018 中国景德镇国际陶瓷博览会于江西景德镇举行。瓷都景德镇再一次架起江西与世界对话的桥梁。这些国际化、专业化的文化活动，吸引了众多国内外人士前来观摩与交流，提升了瓷博会和景德镇的国际影响力，奠定了景德镇的世界瓷都地位，增添了景德镇与世界对话的自信与底气。故 2018 年“Chinese porcelain”在 NOW 语料库中的词频恢复增长趋势，随后词频一直保持着稳步增长。

(2) 国际关注度呈地域性分布不均

国际新闻对于陶瓷相关内容的报道，从报道量看，呈现出明显的差异。由图 5 可知，截止 2023 年 11 月 21 日，发现爱尔兰、美国、英国对中国陶瓷的关注度偏高；而加纳、牙买加、尼日尔则对中国陶瓷的关注度偏低。

Frequency by country (Return to frequency by year)

SECTION	FREQ	SIZE (M)	PER MIL	CLICK FOR CONTEXT (SEE ALL)
United States	123	7,185.9	0.02	
Canada	30	2,184.9	0.01	
Great Britain	119	2,537.5	0.05	
Ireland	151	1,243.9	0.12	
Australia	18	1,375.8	0.01	
New Zealand	7	676.1	0.01	
India	30	1,990.6	0.02	
Sri Lanka	3	141.6	0.02	
Pakistan	8	405.4	0.02	
Bangladesh	2	100.1	0.02	
Malaysia	15	394.5	0.04	
Singapore	35	636.5	0.05	
Philippines	23	511.3	0.04	
Hong Kong	9	89.3	0.10	
South Africa	11	827.1	0.01	
Nigeria	1	945.1	0.00	
Ghana	0	161.6	0.00	
Kenya	3	288.2	0.01	
Tanzania	5	38.4	0.13	
Jamaica	0	59.2	0.00	

Figure 5. Word frequencies of “Chinese Porcelain” retrieved by country in the NOW corpus
图 5. NOW 语料库“Chinese Porcelain”按国家检索的词频

究其原因，第十五届环太平洋陶瓷会议(PACRIM15)暨第十三届先进陶瓷国际会议(CICC-13)于 2023 年 11 月 5 日至 9 日在深圳召开，该会议是由中国、美国、日本、韩国和澳大利亚等环太平洋国家的陶瓷学会发起的系列性国际学术会议，自 1993 年第一届会议举办以来，已经发展成为国际著名的陶瓷盛会。会议组织委员会热忱欢迎国内外从事特种陶瓷科研、教学、开发和应用工作的专家、学者、研究生及技术人员参加本次盛会。此次盛会促进了陶瓷的中外交流，扩大了陶瓷的影响力。故美国等国家会对中国陶瓷的关注度偏高。

反之，受历史、发展阶段、整体结构水平等因素影响，非洲大部分国家目前仍未具有较高的消费水平能力。例如建筑陶瓷，目前，非洲年人均瓷砖消费量为 0.75 平方米，远低于欧洲的 2.14 平方米和亚洲的 2.09 平方米；根据不完全统计，超过 60%的非洲农村家庭房屋仍是原始的泥土地面，超过 70%的非洲家庭没能用上瓷砖产品，严重制约了非洲人民居住条件、卫生环境以及生活水平的提高。受以上因素限制，故非洲大多数国家对中国陶瓷的关注度偏低。

基于 NOW 语料库中关于陶瓷的方面的外媒报道，对索引行、高频词与时空方面的词频进行分析，并挖掘其深部原因进行阐述，使研究更具准确性与说服力。综上所述，本课题研究对于增强中国陶瓷的对外传播与完善形象构建有着一定意义。

4.4. 数据分析总结

1. 语料库对陶瓷的历史描述较少

基于 NOW 语料库对中国陶瓷相关语料的索引行、高频词与时空方面的词频等方面进行分析，并挖掘其深部原因进行阐述，更具准确性与说服力。国外对于陶瓷形象的研究多从陶瓷故事、视觉形象、陶瓷工业、艺术鉴赏等角度进行，集中于时事、语言、科技及社交媒体等方面，在 NOW 语料库中以“Chinese ceramic”“Chinese porcelain”为关键词检索显示，挖掘中国陶瓷形象的文献多集中于对陶瓷艺术形象的定向分析和日常应用的探讨，很少有从历史角度定向分析中国陶瓷的历史形象。

2. 语料库侧重报道陶瓷的工艺价值

通过对 NOW 语料库前 20 位高频词中的名词进行搜索后发现，国外媒体对中国陶瓷的关注点主要聚焦于工业方面。这充分表明中国陶瓷在国际贸易、商业领域、材料运用、工艺技术以及日常家居等诸多方面都有着广泛的应用。从以上现象可以看出两方面的重要意义。一方面，它彰显了中国陶瓷在国外的传播范围极为广泛，已然深入到多个领域；另一方面，也凸显出中国陶瓷具有极高的商业价值与应用价值，能够切实满足国外读者在日常生活中对于中国陶瓷制品的需求。这一情况深刻反映出我国对于中国陶瓷出口的高度重视以及所持有的积极态度。

3. 语料库中所呈现陶瓷大致为正面形象

在 NOW 语料库中检索结果显示，国际主流媒体中关于中国陶瓷的新闻报道大致为正面形象。外国媒体对中国陶瓷的观赏性与实用性大为赞美，他们在日常生活中非常乐于使用中国陶瓷作为餐具、茶具和花瓶等实用性物品。除此之外，陶瓷也可以作为特色礼物馈赠给亲朋好友，极具收藏价值。在工业方面，陶瓷也发挥了它的工业价值，它被广泛运用于电子行业等领域，推动了工业发展。

5. 结语

中国陶瓷文化具有悠久的历史和丰富的内涵，包括其人文价值、美学价值以及所承载的中华民族个性化审美理念等。NOW 语料库提供了大量且实时更新的新闻报道，以中国陶瓷相关的国际新闻报道作为语料进行研究，不仅提供了真实客观的语料数据，还能够从语义韵和语料的时空分布等不同角度分析中国陶瓷的形象构建。通过 NOW 语料库索引行和高频词等方法能够深入了解国外媒体对中国陶瓷的情感趋向和关注点，同时也发现中国陶瓷文化在国际传播中面临的问题。

研究发现中外媒体对中国陶瓷报道存在差异，中国陶瓷因其优美实用在国际上的认可度颇高，但外国媒体对我国陶瓷的悠久历史和文化底蕴不甚了解。因此要加大中国陶瓷文化的宣传力度，用外语讲好陶瓷故事，传递中国传统文化的价值观和魅力，进一步完善中国陶瓷的国际形象构建。同时要充分考虑国外受众的文化背景和偏好，以能够唤起外国人共鸣的方式阐述中国陶瓷文化，利用多渠道融合媒体建构全方位、多渠道的对外传播格局，使传播更具针对性和时效性，讲好中国陶瓷故事，推动中华文化传播。

致　谢

首先，请允许我向两位指导老师表达最衷心的感谢和敬意！杭倩霞老师和胡宜雯老师的悉心指导和无私支持是我们成功完成整个项目的关键。感谢杭倩霞老师和胡宜雯老师为我们提供的宝贵建议、专业知识和耐心指导，让我们受益匪浅。

同时，我要特别感谢团队成员。感谢你们在项目中的辛勤付出和出色表现。你们展现出的团队合作精神和责任心不仅推动了项目的顺利进行，也为整个团队注入了持续的动力和活力，我们相互学习、相互支持，共同攻克一个个难题，取得了可喜的成果。团队合作的每一刻都是难以忘怀的，感谢你们为团

队带来的智慧和才能。

此外，我还要感谢评委老师和工作人员。感谢你们为我们提供了良好的研究环境和技术支持，让我们能够顺利进行研究报告和数据分析。感谢你们在研究过程中给予的指导和帮助，为我们的项目提供了有力的支持。

再次向所有支持和帮助过我们的人们表示最诚挚的感谢！您们的支持是我们前进的动力，我们将不忘初心，继续努力，为社会贡献更多的创新和研究成果。

参考文献

[1] 王伦, 孙静艺. 中国陶瓷故事域外传播中的国家形象研究[J]. 陶瓷研究, 2022, 37(2): 19-21.

[2] 李倩. 中国陶瓷艺术装饰色彩特征[J]. 鄂州大学学报, 2022, 29(6): 66-67.

[3] 韦璐. “一带一路”背景下中国陶瓷纪录片文化发展路径[J]. 改革与开放, 2018(7): 12-13.

[4] 郑李娜. 当代中国陶瓷文化对外传播研究[D]: [硕士学位论文]. 景德镇: 景德镇陶瓷大学, 2022.

[5] 陈帆. 中国陶瓷工业发展的实践与探索[J]. 中国陶瓷工业, 1999, 6(3): 30-35.

[6] 李炜炜. 社交媒体时代中国形象传播力创新研究——以李子柒自媒体视频传播为例[J]. 现代视听, 2020(6): 35-38.

[7] 王苗苗. 国际汉语教学的中国形象传播研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2018.

[8] 张思维. 新世纪中国电影中的国家形象传播[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京理工大学, 2012.

[9] 2oceansvibe News (2023) If You Haven’t Watched ‘BEEF’ on Netflix, What Are You Even Doing with Your Life? https://www.2oceansvibe.com/2023/04/17/if-you-havent-watched-beef-on-netflix-what-are-you-even-doing-with-your-life/

[10] Asia One. https://asiaone.com/money/touring-designers-own-dark-and-bold-5-room-hdb-home

[11] Yahoo. https://www.yahoo.com/lifestyle/chi-hair-tool-21-300-100000014.html

[12] USA Today. https://www.usatoday.com/in-depth/graphics/2023/04/16/carbon-capture-visual-guide-technology-behind-co-2-filters/11651386002/

[13] NBC News. https://www.nbcnews.com/select/shopping/best-flat-irons-hair-straighteners-ncna1234372

[14] TIMESNOWNEWS. https://timesnownews.com/technology-science/xiaomi-13-pro-available-with-big-discounts-and-offers-details-inside-article-99429659/amp